

KOMUNIKASI ORGANISASI

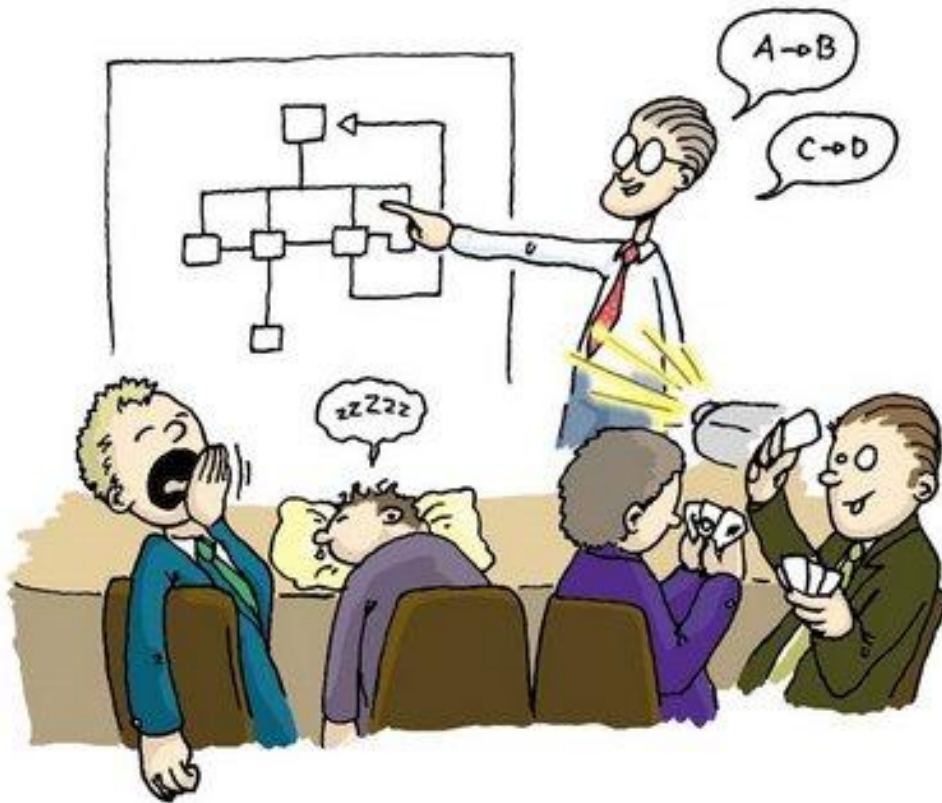


Perkembangan dunia organisasi yang semakin kompleks

Pertemuan ke-1

9/25/2025

Heni Pandaryasi, M.Si.



Komunikasi dalam organisasi merupakan komunikasi antar manusia (*human communication*) yg terjadi dalam konteks organisasi.

Perkembangan dunia organisasi yang semakin kompleks:

- **Faktor globalisasi**
- **Faktor climate changes**
- **Factor changes of demography**
- **Factor teorism**

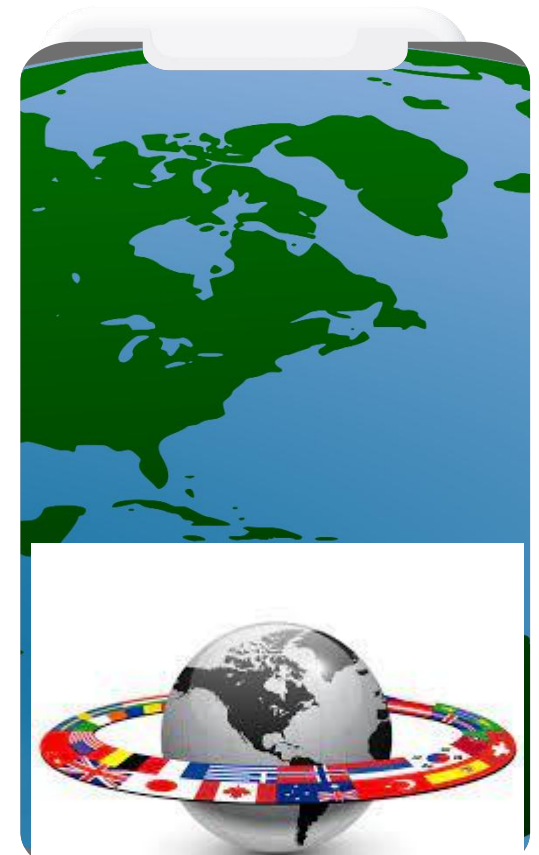
Faktor Globalisasi

Definisi: Globalisasi adalah proses integrasi ekonomi, politik, dan budaya di seluruh dunia

Globalisasi meningkatkan persaingan dalam pasar global

Dampak pada komunikasi organisasi:

- Meningkatkan kebutuhan akan komunikasi lintas budaya dan lintas negara yang memerlukan jangkauan pasar
- Memerlukan kemampuan untuk beradaptasi dengan perbedaan budaya dan bahasa.
- Meningkatkan kebutuhan akan teknologi komunikasi yang canggih.



Bagaimana manusia seharusnya....?

Organisasi Dunia Berfokus

01

Ekonomi

IMF, World Bank
World Trade Organization

02

Kesehatan

World Health Organization (WHO)

03

Pendidikan Ilmu Pengetahuan dan Budaya

UNESCO

04

Lingkungan Hidup

UNEP (United Nations Environment Programme)

05

HAM

UNHRC (United Nations Human Rights Council)

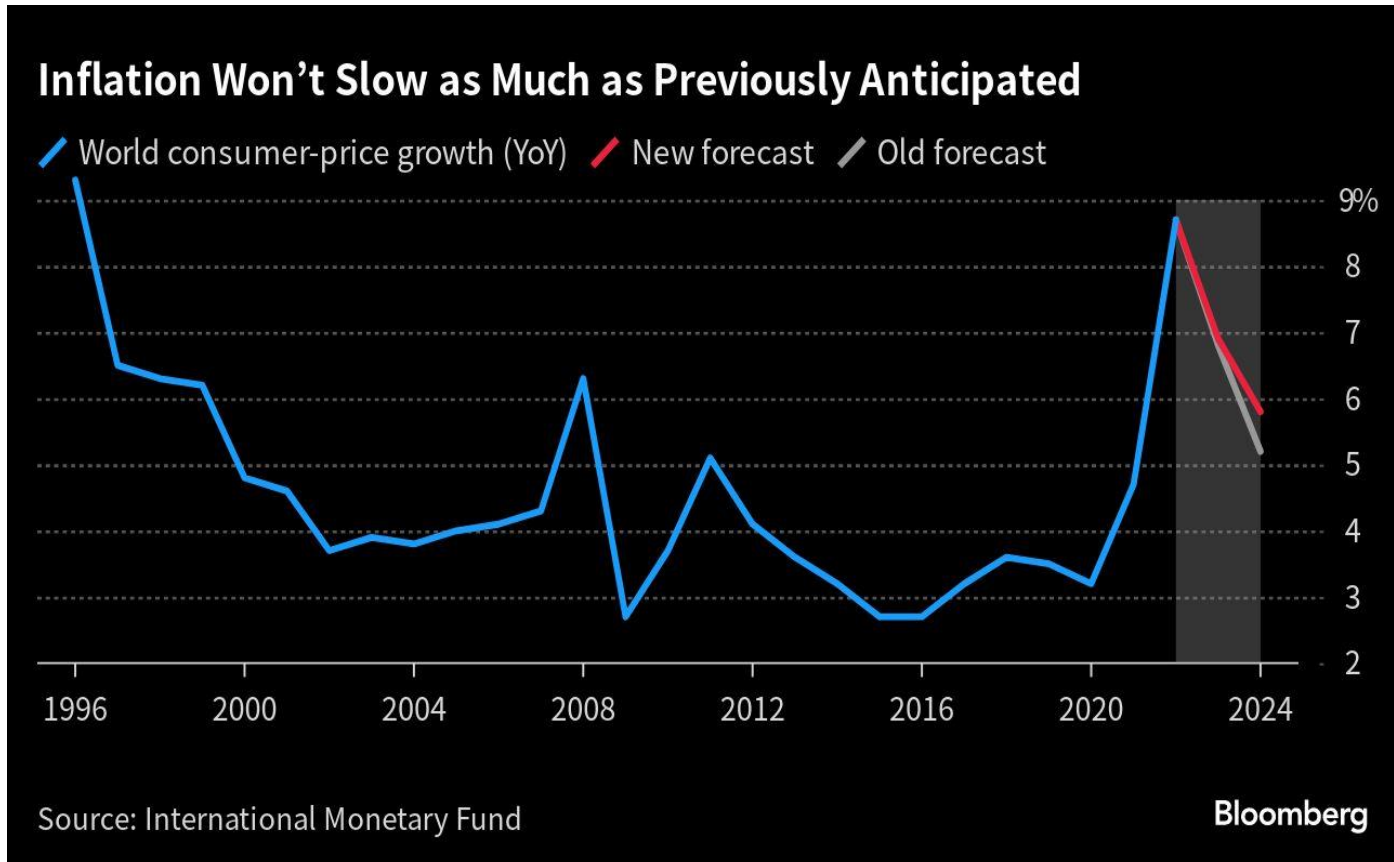
06

Perdamaian dan Keamanan

UN (United Nation)



Ekonomi



FAKTOR PERUBAHAN IKLIM (climate changes)

Definisi: Perubahan iklim Adalah perubahan jangka panjang dalam pola cuaca global

Dampak pada komunikasi organisasi:

- Meningkatkan kebutuhan akan komunikasi tentang isu lingkungan dan keberlanjutan.
- Memerlukan kemampuan untuk mengkomunikasikan strategi dan kebijakan lingkungan kepada stakeholder.
- Meningkatkan kebutuhan akan teknologi komunikasi yang canggih.
- Meningkatkan kebutuhan akan transparansi dan akuntabilitas dalam komunikasi tentang isu lingkungan

*Perusahaan disektor energi perlu komunikasi efektif terkait isu perubahan iklim dan meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan?
Contoh;.....?*



Perubahan Iklim (climate change) bagi organisasi/perusahaan

- Memengaruhi rantai pasokan, operasional, dan ketersediaan sumber daya.
- Mendorong pengembangan produk dan layanan yang ramah lingkungan.
- Mengharuskan organisasi untuk mengembangkan strategi keberlanjutan untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan bisnis.

FAKTOR PERUBAHAN DEMOGRAFI(Change of demography)

Definisi: Perubahan dalam struktur penduduk suatu wilayah atau negara

Dampak pada komunikasi organisasi:

- Meningkatkan kebutuhan akan komunikasi yang efektif untuk menghadapi perbedaan demography dan kebutuhan stakeholders.
- Memerlukan kemampuan untuk mengkomunikasikan pesan yang relevan dan efektif kepada berbagai kelompok demografi.
- Meningkatkan kebutuhan akan analisis demografi untuk memahami kebutuhan dan preferensi stakeholders



Diperlukan strategi komunikasi yang efektif untuk menghadapi perbedaan kebutuhan dan preferensi pada Perusahaan yang memiliki struktur demografi yang beragam.

Perubahan Demografi bagi organisasi:

- Mengubah komposisi angkatan kerja, seperti penuaan populasi atau peningkatan keragaman tenaga kerja.
- Mempengaruhi preferensi dan perilaku konsumen, yang berdampak pada strategi pemasaran dan pengembangan produk.
- Menuntut organisasi untuk menyesuaikan kebijakan HR dan praktik kerja agar inklusif.

FAKTOR “TEORISM”

Definisi: Terorisme adalah tindakan kekerasan yang dilakukan untuk mencapai tujuan politik atau ideologis.-

Dampak pada komunikasi organisasi:

- Meningkatkan kebutuhan akan komunikasi yang efektif untuk menghadapi krisis dan situasi darurat.
- Memerlukan kemampuan untuk mengkomunikasikan pesan yang jelas dan efektif kepada stakeholders dalam situasi krisis.
- Meningkatkan kebutuhan akan keamanan dan perlindungan informasi yang sensitif.





Jika merujuk pada Terorisme: Meningkatkan ancaman keamanan di berbagai lingkungan bisnis, sehingga membutuhkan strategi keamanan dan manajemen risiko yang lebih kuat.

Jika merujuk pada Teori Perubahan (dalam konteks manajemen perubahan): Organisasi perlu memahami dan mengelola proses perubahan secara sistematis untuk menghadapi resistensi dan memastikan keberhasilan transformasi.

FAKTOR “TEORISM”

Bagaimana perusahaan yang beroperasi di wilayah yang berisiko tinggi terhadap terorisme....?

Implikasi bagi Organisasi/Perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang :

- ❑ **Fleksibel dan Adaptif:** Mampu mengubah arah dengan cepat untuk merespons perubahan lingkungan.
- ❑ **Inovatif:** Mengembangkan solusi baru untuk tantangan yang dihadapi, termasuk isu lingkungan dan perubahan pasar.
- ❑ **Fokus pada Keberlanjutan:** Mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasional dan strategi bisnis.
- ❑ **Membangun Ketahanan (Resilience):** Mampu pulih dari gangguan dan krisis yang mungkin timbul dari faktor-faktor eksternal.
- ❑ **Memperkuat Keamanan dan Manajemen Risiko:** Mengantisipasi dan mengurangi potensi ancaman dari berbagai faktor, termasuk lingkungan dan keamanan.

Perkembangan organisasi menjadi kompleks karena:



- **Globalisasi**
Meningkatkan persaingan dan kolaborasi antar negara
- **Perubahan iklim (climate change)**
menuntut adaptasi operasional dan strategi bisnis yang berkelanjutan, perubahan demografi memengaruhi pasar tenaga kerja dan preferensi konsumen,
- **Perubahan demografi**
memengaruhi pasar tenaga kerja dan preferensi konsumen,.
- **Teorism**
(kemungkinan merujuk pada terorisme atau teori perubahan) memicu kebutuhan akan keamanan dan manajemen risiko organisasi yang lebih baik

Organisasi

Organisasi harus beradaptasi dengan cepat, membangun ketahanan, dan memusatkan perhatian pada pelanggan dalam menghadapi perubahan ini.





Pengertian Komuniiasi dalam Organisai



Proses dimana seseorang berusaha untuk memberikan pengertian atau pesan kepada orang lain melalui pesan simbolis.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan yang memiliki makna (*Wayne Weiten, Margaret A. et al. 2009*)

Komunikasi adalah proses transmisi atau pertukaran informasi, pikiran, atau ide melalui pidato, menulis, gambar, atau tanda-tanda (*Richard L. Irwin, William Anthony, et al. 2008*)

Definisi Komunikasi

1. **Hovland, Janis, & Kelley**, komunikasi adalah **suatu proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus, biasanya dalam bentuk kata-kata, untuk membentuk atau mengubah perilaku khalayak**. Fokus utama mereka adalah pada efek atau tujuan komunikasi, yaitu bagaimana pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi atau mengubah tingkah laku penerimanya.
2. **Louis Forsdale**, ahli komunikasi dan pendidikan, komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses.
3. **Brent D. Ruben**, komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu konteks (hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat) untuk menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi guna mengoordinasikan lingkungan dan sesama mereka
4. **William J. Seller**, proses komunikasi diantaranya adalah : 1. Komunikator yaitu pihak pengirim pesan atau sender kepada pihak lain. 2. Pesan/Informasi yaitu keseluruhan apa yang disampaikan oleh komunikator. 3. Sarana yaitu media perantara penyaluran pesan.

Model Komunikasi

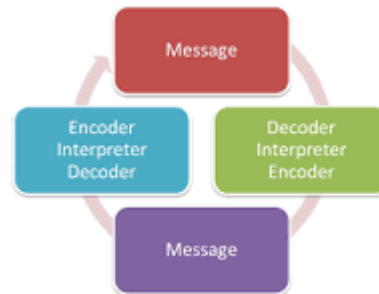
1. Model Lasswell



2. Model Shannon dan Wever (Forsdale)

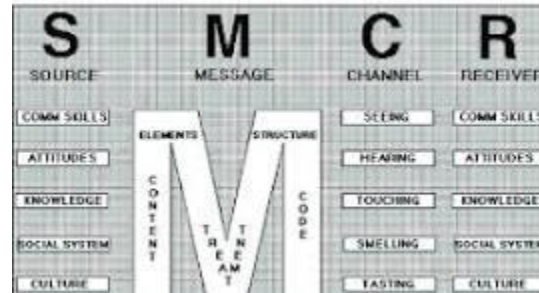


3. Model Schraum



Model Komunikasi

4. Model Berlo



5. Model Seiler menggunakan model komunikasi dua arah yang bersifat universal.

Source atau pengirim pesan mempunyai empat peranan yaitu menentukan arti apa yang akan dikomunikasikan, menyandikan arti kedalam suatu pesan, mengirim pesan dan mengamati dan bereaksi terhadap respon dari penerima pesan

Model proses Komunikasi/komponen dasar :

- Komunikator/*sender*, yaitu orang yang ingin menyampaikan pesan
- Pesan/*message* yang akan disampaikan
- Media/*medium* penyampai pesan
- Penerima pesan/*receiver*
- Umpan balik/*feed back*

Prinsip Komunikasi :

- Komunikator adalah suatu proses
- Komunikasi Adalah system
- Komunikasi bersifat interaksi dan transaksi
- Komunikasi dapat terjadi disengaja maupun tidak disengaja

A close-up photograph of a human hand, palm facing up, holding a small, irregularly torn piece of white paper. The paper has the words "Thank you." printed on it in a black, serif font. The hand is light-skinned, and a gold ring is visible on the ring finger. The background is a plain, light color.

Thank you.